

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「TSUTAYA、“渋谷スクランブルスクエア”に新業態“シェアラウンジ”」
- 2) 「定額で全国住み放題のユニークなサービスを展開する“ADDress”」

---

## 1) 「TSUTAYA、“渋谷スクランブルスクエア”に新業態“シェアラウンジ”」

TSUTAYAは11月1日、「渋谷スクランブルスクエア」に「TSUTAYA BOOKSTORE」をオープンした。10月24日マスコミ向け内覧会を開催した。

「旅は人をクリエイティブにする」をテーマにしたブック&カフェを設置。約2万冊の旅に関する書籍を集め、オフィスワーカーなどにアイデアを提供することを目指した。購入前の書籍は、カフェのコーヒーなどとともに楽しめる。また、約330.58m<sup>2</sup>の新業態「シェアラウンジ」も登場。シェアオフィスの利便性とラウンジの居心地の良さの両立を図った。渋谷の街を眺めながら、カフェとしても、働く場としても利用できるという。

1人当たり通常料金税別1500円（アプリ会員1350円、90分）、会議室1万円（9000円、60分）で提供。料金にはフリードリンク&ナッツが含まれる。18時からは有料でアルコールも楽しめる。

働く人にインスピレーションを与える137タイトルの雑誌の過去1年分バックナンバーを常設する。

カウンター席44席、ソファ席33席、テーブル席40席、会議室1室（定員8人）を設置。店内のインテリアはイタリアのブランド「B&B Italia」など上質なものをそろえた。

シェアオフィスと言えば、簡易で簡素なイメージがあった。利用経験がないので料金相場は妥当かわからないが、本が揃えてあるだけでほかのシェアオフィスと比較した際に、選ぶポイントになると思う。この「シェアラウンジ」が都心での新店舗のデフォルトになるのか、気になるところだ。

---

## 2) 「定額で全国住み放題のユニークなサービスを展開する“ADDress”」

定額制で全国どこでも住み放題となる多拠点コリビングサービス「ADDress（アドレス）」が本格展開を始めた。今後ANAやJR東日本グループと連携し、「交通サブスク」の実現も目指すという。

アドレスは2019年4月からテスト展開を始め、10月29日に本格サービスをローンチ。年契約のレギュラープランは月4万円（税別）で、家具や家電、各種アメニティを完備した全国25拠点のアドレス管理物件から好きな場所を選び、連続して1週間住むことができるユニークなサービスだ（法人向けベーシックプランは月5万円）。

これまで3回のクラウドファンディングでの会員募集を通して、特別プランの月額会員を含めて約200人が契約。3300人を超える人が入居待ちの状況で、年内に50拠点のオープンを計画している。

仕組みを簡単に説明すると、まずアドレスが使っていない別荘や持ち家などを保有している空き家オーナーから物件を預かり、それらをWi-Fi完備のコワーキングスペース、会員同士が交流を深められる共用スペースを確保しながら快適に過ごせるようリノベーション

し、提供する。そうした物件と、そこで暮らしたい会員をマッチングさせるプラットフォームがADDressというわけだ。物件の中には15年もシャッターを下ろしていた商店街の元フルーツショップから、築60年の元学生寮まで、バラエティーに富んでいるという。

アドレスの佐別当隆志社長は、16年1月にシェアリングエコノミー協会を設立して事務局長を務めるなど、シェアビジネスの伝道師としても知られる。

「2033年には、全国で実に2166万戸になると見られている『空き家問題』。一方で、ここ数年はシェアハウスのような新しい暮らし方が、都会で暮らす若者の間で市民権を得ている。また、どこでもネット環境さえあればリモートワークできるようになり、旅先などで仕事をする『ワーケーション』のような働き方改革も進んでいる。これまでの自宅と会社という概念が変わり、この2つの拠点に縛られていた人々が、多拠点生活に乗り出すのに十分な環境が整ってきた。この機運に乗って空き家問題を解決しようと立ち上げたのが、ADDressだ。

このサービスを通じて、会員が「お帰り」「ただいま」と言える場所を全国につくりたいと思っている。それには、単に住居を用意するだけでは不十分。その地域に友達がいたり、仕事があったり、名物のお祭りに参加したりといった「観光以上、定住未満」の体験があるからこそ、自分の田舎や実家のような感覚が生まれる。

そこでADDressの各拠点には、会員と地域のハブとなる「家守（やもり）」という管理人を置き、地域と一緒にあったコミュニティを育てることを重視している。家守は地元の方や会員から有志を募って委託しているが、実際どこも個性的な雰囲気が生まれている。

こうして空き家を活用して地方に「受け皿」をつくることで、都市部に過度に集中している人口の分散、また、従来の地方移住でも短期的な観光でもなく、新しいコミュニティを核とした「関係人口」を増やすことで地方の消費を活性化させる役割を担いたい」（佐別当社長）

しかし、これまで半年余り、ADDressをテスト展開してきて痛感しているのが、2次交通の問題だという。ADDressの物件の多くは地方にあり、交通至便の場所とは言い難いところも少なくないのだ。最寄り駅に着いてもタクシーが1台もいなかったり、路線バスの停留所があっても1日数便しか運行されていなかったりというのが実情だ。

そこで期待しているのが、高速バス大手のWILLER（ウィラー）などが構想している定額制MaaS（モビリティ・アズ・ア・サービス）の実現で、月4万円のADDressの会費に、例えば月10万円を追加すると、飛行機や鉄道、カーシェアリングを使った移動の自由が担保されるなど、住まいと交通の定額パッケージをつくっていきたいと考えているという。

その前段階として、すでにANAホールディングスやJR東日本グループなどとの連携を始めている。例えば、ANAとは2020年1月からADDressの会費に月2~3万円を追加することで、全国の指定路線・便に4回乗れる定額サービスの実証実験を始める。平日の昼間など空席が多い時間帯をADDress会員向けに格安の月額プランで提供してもらうというわけだ。

航空会社や鉄道会社にとっても、こうした工夫で人の移動を増やせば収益的に苦しい地方路線を維持しやすくなり、送客先の地域経済にも貢献できる。

もう一つ、クルマを使った移動ニーズに対しては、中古車大手のIDOM（旧ガリバー）と連携し、1月からサービスを始める。同社が展開する定額乗り換え放題のカーシェアサービス「NOREL（ノレル）」の車両をADDressの指定物件の駐車場に設置し、近くの物件間やガリバー販売店で乗り捨て可能にするというもの。地方に行くと、カーシェアはもとよりレンタカーすら借りにくい状態なので、割安な料金でクルマをシェアできることは確実に会員のメリットにつながると考える。

他にも、家守や応援してくれている地域の人々が空き時間を使ってクルマで送り迎えするなど、「ライドシェア」サービスのような仕組みの実現で、より利便性の向上を目指す。こ

れはADDress会員だけが使うのではなく、地域で共有するサービスに育てられるはずだと言い、その土地に依じて地域の人がサーフボードやカヌーを貸し出したり、逆に比較的若い世代が多いADDress会員が地域の人のお買い物代行をしたりと、ヒト・モノ・コトのシェアリングで交流を生む仕掛けを考えていきたいと話す。

空いているもの、余っているもの、使っていないものを「みんなで所有する」という考え方には賛成する。「所有」という概念にとらわれず、必要な時に「満足いく」必要なものがあれば身軽かつ快適に動くことができる。これが主流になるとするのはまだ先の話になると思うが、選択肢の一つとしてこういう仕組みがあるというのは面白い。まだ“知る人ぞ知るサービス”でも、大手が参入すれば認知度も上がるだろうし、社会に影響も与えそう。